

STRATEGI KOMUNIKASI POLDA JAWA BARAT DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus pada Humas Polda Jawa Barat Tahun 2024)

Fatimatus Zahro¹, Aulia Asmarani², Evie Sophia³, Affan Neskisyah Ramadhan⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis

Email: Fatim.20821128@iwu.ac.id; aulia@iwu.ac.id; eviesophia@iwu.ac.id; affannr@iwu.ac.id

Diterima Juni 2024 / Disetujui Agustus 2024

ABSTRACT

This study aims to examine the communication strategies implemented by the Public Relations Division of the West Java Regional Police (Polda Jawa Barat) in addressing the spread of hoaxes on Instagram. The rise of hoaxes in the digital era poses serious challenges for government institutions, particularly the police, who are often targets of misinformation that damages institutional image. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques include in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The findings indicate that the Public Relations Division of Polda Jawa Barat applies a communication strategy that includes planning, implementation, and evaluation stages, utilizing Instagram as a platform for clarification and public education. The strategy involves a creative team, cyber monitoring, and interdepartmental collaboration. The main challenges faced include the rapid spread of hoaxes and limited resources. The study also highlights the relevance of Hafied Cangara's image theory in building a positive institutional image amidst the digital information landscape.

Keywords: Communication strategy, hoax, social media, Instagram, public relations, West Java Regional Police.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat dalam menangani penyebaran berita hoaks di media sosial Instagram. Maraknya hoaks di era digital menjadi tantangan serius bagi institusi pemerintah, khususnya kepolisian, yang kerap menjadi sasaran disinformasi yang merusak citra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda Jawa Barat menerapkan strategi komunikasi yang mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi, dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana klarifikasi dan edukasi publik. Strategi ini melibatkan tim kreatif, pemantauan siber, serta kerja sama antarbidang. Tantangan utama yang dihadapi adalah kecepatan penyebaran hoaks dan keterbatasan sumber daya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa teori pencitraan dari Hafied Cangara relevan dalam membentuk citra positif institusi di tengah arus informasi digital.

Kata kunci: Strategi komunikasi, hoaks, media sosial, Instagram, humas, Polda Jawa Barat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi. Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan karena menawarkan kecepatan, kemudahan, serta jangkauan yang luas. Namun, di balik manfaat tersebut, media sosial juga melahirkan tantangan besar, yaitu maraknya penyebaran berita hoaks. Hoaks atau berita palsu tidak hanya menimbulkan kesalahpahaman, tetapi juga dapat menciptakan keresahan sosial, bahkan memengaruhi stabilitas keamanan dan ketertiban masyarakat.

Penyebaran hoaks di Indonesia mengalami peningkatan signifikan seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Konten hoaks yang beredar di Instagram sering kali dikemas dengan cara yang menarik sehingga mudah dipercaya masyarakat. Hal ini diperparah dengan rendahnya literasi digital, yang menyebabkan masyarakat lebih cepat menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Kondisi tersebut menjadikan hoaks sebagai ancaman serius bagi keutuhan informasi publik

Kepolisian sebagai institusi negara yang berfungsi menjaga keamanan dan ketertiban memiliki peran penting dalam menangkal berita hoaks. Dalam hal ini, Humas Polda Jawa Barat bertugas untuk memberikan klarifikasi, meluruskan informasi yang salah, serta menjaga citra positif kepolisian di mata masyarakat. Melalui akun resmi Instagram, Humas Polda Jabar memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang cepat, interaktif, dan dapat menjangkau masyarakat luas.

Strategi komunikasi yang diterapkan Humas Polda Jabar menjadi kunci dalam menghadapi derasnya arus informasi di media sosial. Tidak cukup hanya dengan memberikan bantahan, tetapi juga diperlukan pendekatan komunikasi yang sistematis, melibatkan edukasi, sosialisasi, dan penciptaan konten positif yang mampu membangun kepercayaan masyarakat. Dengan strategi yang tepat, hoaks dapat diminimalisasi dan citra kepolisian tetap terjaga. Namun, dalam pelaksanaannya, Polda Jawa Barat menghadapi sejumlah hambatan. Di antaranya keterbatasan sumber daya manusia dalam produksi konten klarifikasi, kecepatan penyebaran hoaks yang sering kali lebih cepat daripada klarifikasi resmi, serta rendahnya kesadaran masyarakat untuk memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Hambatan lain yang tidak kalah penting adalah algoritma media sosial yang terkadang tidak mendukung optimalisasi jangkauan konten klarifikasi.

Namun, dalam pelaksanaannya, Polda Jawa Barat menghadapi sejumlah hambatan. Di antaranya keterbatasan sumber daya manusia dalam produksi konten klarifikasi, kecepatan penyebaran hoaks yang sering kali lebih cepat daripada klarifikasi resmi, serta rendahnya kesadaran masyarakat untuk memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Hambatan lain yang tidak kalah penting adalah algoritma media sosial yang terkadang tidak mendukung optimalisasi jangkauan konten klarifikasi. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Humas Polda Jabar melakukan berbagai upaya, mulai dari memperkuat koordinasi internal, meningkatkan kapasitas SDM, hingga menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk media dan komunitas anti-hoaks. Selain itu, monitoring dan evaluasi rutin dilakukan agar strategi komunikasi yang diterapkan tetap relevan, efektif, dan sesuai dengan dinamika perkembangan media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Polda Jawa Barat dalam menangani berita hoaks di Instagram. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana langkah-langkah komunikasi humas kepolisian dapat menghadapi tantangan hoaks, hambatan apa saja yang ditemui, serta solusi apa yang dilakukan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur komunikasi kelembagaan, sedangkan secara praktis dapat

memberikan masukan bagi kepolisian dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, karena berfokus pada pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi Polda Jawa Barat dalam menangani berita hoaks di media sosial Instagram. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi melalui interaksi dan interpretasi. Sumber data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pejabat Humas Polda Jabar, staf, serta masyarakat pengguna Instagram, serta data sekunder berupa dokumentasi unggahan di Instagram, berita daring, dan literatur terkait. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipan terhadap aktivitas komunikasi di akun Instagram resmi Polda Jabar, serta dokumentasi berupa arsip dan konten digital yang relevan.

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk memilah informasi penting dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; data yang telah direduksi kemudian disajikan secara naratif sesuai fokus penelitian, hingga akhirnya ditarik kesimpulan berdasarkan pola dan hubungan yang ditemukan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta metode pengumpulan data yang berbeda. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi Polda Jawa Barat dalam menangani hoaks di Instagram, sekaligus mengungkap hambatan serta solusi yang ditempuh dalam menjaga citra positif kepolisian.

LANDASAN KONSEPTUAL

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan proses perencanaan yang terstruktur dan terarah dalam penyampaian pesan untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. Menurut Cangara (2013:123), strategi komunikasi adalah perencanaan komunikasi yang dilakukan secara sistematis agar proses penyampaian pesan dapat berjalan efektif, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi dipahami sebagai pendekatan terencana yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat dalam menangani penyebaran hoaks di media sosial. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi semata, melainkan juga melibatkan aktivitas klarifikasi, edukasi, imbauan, serta penguatan citra positif institusi melalui kanal digital.

Humas Polda Jawa Barat

Humas Polda Jawa Barat sebagai bagian dari struktur Kepolisian Daerah memiliki tugas utama dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan, kegiatan, serta program kerja kepolisian kepada masyarakat. Selain itu, Humas Polda Jabar juga bertanggung jawab untuk menangkal informasi yang salah (hoaks), membangun citra positif institusi kepolisian, serta menjembatani komunikasi dua arah antara kepolisian dan publik. Di tengah dinamika penyebaran informasi digital, peran humas menjadi semakin krusial dalam merespons isu secara cepat, terutama melalui media sosial, guna menjaga reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap Polda Jawa Barat.

Hoaks

Dalam KBBI, Hoaks adalah berita bohong, Ekses negatif terhadap kebebasan berbicara dan berpendapat di internet, khususnya media sosial. Tujuan dari informasi hoaks ini adalah membentuk

persepsi, menggiring opini, dan membuat opini yang menguji kepehaman pengguna internet dan media sosial terhadap informasi yang disebar. Kemungkinan informasi yang dilahirkan kembali atau diproduksi kembali dengan tambahan opini pribadi juga menjadikan sebuah informasi yang awalnya bersifat fakta, menjadi informasi Hoaks. Dalam pembuatan sebuah informasi harus mencari data-data yang bersifat fakta dan saling berkorelasi agar dapat dipahami secara benar oleh penerima informasi, hal ini yang sering diabaikan oleh orang yang menyebarkan informasi dan membuat sebuah informasi.

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah teknologi yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk saling berbagi, berkomunikasi, berkumpul, berkolaborasi dan bermain. konten media sosial berpusat pada user, dimana konten dihasilkan dari pemikiran dan gagasan yang ditulis oleh pengguna media sosial. Media Sosial terdiri dari 2 kata, “media” dan “sosial”. Media yang berarti wadah untuk melakukan komunikasi (Laughey, 2007; McQuail,2003). Kata sosial mengartikan bahwa adanya transaksi hubungan dan kontribusi kepada masyarakat. Selain itu, media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial, dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif

Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Dalam konteks penelitian ini, Instagram menjadi salah satu kanal utama yang digunakan oleh Humas Polda Jawa Barat dalam menyampaikan klarifikasi, menangkal penyebaran hoaks, serta membangun komunikasi yang transparan dan cepat kepada masyarakat. Kasus penyebaran berita hoaks. Melalui akun resmi Instagram, Humas Polda Jabar dapat menjangkau masyarakat secara luas, menyampaikan informasi yang akurat, dan mencegah kesalah pahaman yang bisa berdampak negatif terhadap institusi maupun tokoh publik.

Teori Pencitraan

Menurut Hafied Cangara (2013:121-123), pencitraan adalah gambaran atau persepsi yang terbentuk dalam benak publik terhadap individu maupun organisasi, yang dibangun melalui proses komunikasi berkesinambungan serta memerlukan strategi yang sistematis, jujur, dan terbuka. Citra positif tidak dapat dibentuk secara instan, melainkan harus direncanakan dengan pemetaan kondisi awal, tujuan, pesan, serta media yang tepat, dan dijalankan dalam jangka panjang melalui tindakan nyata yang konsisten. Dalam konteks ini, Humas Polda Jawa Barat memanfaatkan platform *Instagram* sebagai sarana pencitraan dengan menyampaikan informasi, mengklarifikasi hoaks, dan memberikan edukasi digital kepada masyarakat. Melalui komunikasi dua arah di media sosial, Humas tidak hanya menyebarkan konten visual dan naratif yang menarik, tetapi juga membangun interaksi langsung untuk menumbuhkan kedekatan emosional dan meningkatkan kepercayaan publik. Dengan demikian, strategi klarifikasi hoaks melalui media sosial merupakan bentuk pencitraan modern yang tidak hanya bersifat reaktif, melainkan juga proaktif dalam membangun kredibilitas kelembagaan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi Polda Jawa Barat dalam menangani penyebaran berita hoaks di media sosial, khususnya melalui akun resmi Instagram @humas_poldajabar. Analisis dilakukan melalui observasi konten unggahan, frekuensi posting, gaya bahasa, desain visual, serta interaksi dengan pengikut, dilengkapi dengan wawancara bersama anggota Kasubid Humas, Ur Pamanalis, Ur Kreatif dan Ur Disindig. Selain itu, dokumentasi unggahan yang memuat klarifikasi isu

hoaks serta data interaksi publik turut digunakan sebagai pendukung. Dengan pendekatan ini, penelitian menangkap secara langsung strategi komunikasi yang dijalankan Humas Polda Jawa Barat dalam membangun interaksi dengan masyarakat, sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana klarifikasi dan edukasi publik.

Polda Jawa Barat (Kepolisian Daerah Jawa Barat) merupakan salah satu instansi kepolisian yang berada di bawah naungan Kepolisian Republik Indonesia (Polri) yang memiliki wilayah hukum di Provinsi Jawa Barat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Polda Jawa Barat juga turut mengadaptasi media digital dalam menjalankan fungsi pelayanannya kepada masyarakat, salah satunya melalui aktivitas kehumasan. Humas Polda Jabar memiliki tugas utama untuk membangun dan menjaga citra positif institusi kepolisian di mata publik, serta menyampaikan informasi resmi terkait kebijakan, kegiatan, dan perkembangan yang terjadi di wilayah hukum Polda Jabar.

Akun Instagram resmi @humas_poldajabar menjadi salah satu media utama dalam strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Humas Polda Jawa Barat. Melalui akun ini, Humas secara rutin membagikan informasi terkait kegiatan kepolisian, edukasi hukum, imbauan masyarakat, klarifikasi terhadap berita hoaks, serta konten-konten kreatif lainnya yang bersifat informatif dan persuasif. Aktivitas ini mencerminkan upaya institusi dalam membangun komunikasi dua arah dengan publik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap aparat kepolisian.

Struktur organisasi Humas Polda Jawa Barat memiliki sistem koordinasi yang tertata dan hierarkis dengan jelas. Posisi tertinggi dipegang oleh Kapolda Jawa Barat, kemudian dilanjutkan oleh Kabid Humas yang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh kegiatan kehumasan. Di bawah Kabid Humas terdapat beberapa subbidang dan unit pelaksana teknis, yaitu Kabid Penmas, Kasubid PID, Kasubag Renmin serta Kasubid Multimedia yang berfokus pada pengelolaan konten digital dan media sosial. Kasubid Multimedia sendiri membawahi Ur. Penganalisis yang memantau isu dan klarifikasi hoaks, Ur. Kreatif yang memproduksi desain grafis dan video, serta Ur. Disindig yang mendistribusikan konten digital sekaligus menjaga keamanan akun resmi. Struktur ini menunjukkan bahwa Humas Polda Jawa Barat telah membentuk organisasi yang sistematis dan terintegrasi.

Tahapan Strategi Komunikasi Humas Polda Jawa Barat dalam Menangani Berita Hoaks di Media Sosial Instagram

Dalam era digital saat ini, arus informasi yang cepat di media sosial membawa dampak positif sekaligus tantangan besar, terutama bagi institusi pemerintah seperti kepolisian. Salah satu tantangan utamanya adalah penyebaran berita hoaks yang dapat menimbulkan keresahan publik dan merusak citra institusi. Oleh karena itu, penting bagi Humas Polda Jawa Barat untuk merancang strategi komunikasi yang terstruktur dan terencana guna menangani hoaks secara efektif. Perencanaan strategi komunikasi dalam konteks penanganan hoaks memerlukan koordinasi antartim serta tahapan kerja yang sistematis agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Adapun tahapan strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jawa Barat dalam menangani berita hoaks di Instagram antara lain: pengecekan data oleh Ur Penganalisis, pembuatan konten klarifikasi oleh tim kreatif, dan pengunggahan konten klarifikasi oleh Ur Diseminasi Digital.

Pengecekan Data oleh Ur Pamanalis

Tahapan awal dalam strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat melalui akun Instagram @humas_poldajabar adalah proses pengecekan dan validasi informasi oleh Urusan Penganalisis (Ur Pamanalis). Unit ini bertugas melakukan patroli siber secara rutin untuk mendeteksi potensi hoaks, menganalisis data, serta menetapkan status suatu informasi. Seperti yang disampaikan oleh salah satu anggota Ur Pamanalis, seluruh proses klarifikasi dimulai dari identifikasi dan verifikasi informasi untuk memastikan akurasi sebelum diteruskan ke tim kreatif. Proses ini menjadi fondasi penting karena tanpa verifikasi yang kuat, klarifikasi tidak memiliki dasar yang valid.

Setelah informasi dinyatakan hoaks oleh Ur Pamanalis, data diserahkan ke tim kreatif untuk dikemas menjadi konten yang informatif dan mudah dipahami, kemudian dipublikasikan oleh tim distribusi. Seperti yang dijelaskan oleh anggota tim distribusi, alur kerja ini menjamin adanya pembagian tugas yang jelas: Ur Pamanalis fokus pada verifikasi, tim kreatif pada pengemasan konten, dan tim distribusi pada publikasi. Sistem kerja berlapis ini juga didukung kerja sama lintas lembaga, termasuk Kominfo, untuk memperkuat validasi informasi dan mempercepat proses klarifikasi. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan tidak hanya cepat tetapi juga terjamin akurasi.

Meskipun metode verifikasi masih manual, seperti pencarian kata kunci, pendekatan ini tetap efektif karena dilakukan secara konsisten oleh tim terlatih yang memahami konteks sosial. Menurut salah satu anggota Ur Pamanalis, hoaks yang sering ditemukan adalah informasi lama yang disebar ulang untuk membentuk opini negatif terhadap kepolisian. Oleh sebab itu, kecepatan respons menjadi faktor krusial, dengan *golden time* maksimal tiga jam sejak hoaks muncul. Peran Ur Pamanalis sangat vital dalam menjaga ketelitian, ketepatan, dan kecepatan klarifikasi, sehingga efektivitas strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat tetap terjaga dan kredibilitas informasi di ruang digital dapat dipertahankan.

Pembuatan Konten Klarifikasi Oleh Tim Kreatif

Setelah melalui proses verifikasi oleh Urusan Penganalisis (Ur Pamanalis), tahapan berikutnya dalam strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat adalah pembuatan konten klarifikasi oleh tim kreatif. Tim ini bertanggung jawab untuk mengemas informasi yang telah divalidasi ke dalam bentuk visual yang informatif, komunikatif, dan sesuai karakteristik audiens Instagram. Menurut salah satu anggota tim kreatif, pembuatan konten dilakukan secara kolaboratif dengan unit verifikasi dan pimpinan untuk memastikan akurasi, kesesuaian pesan, serta integritas informasi sebelum dipublikasikan. Tahapan ini tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga bertujuan membangun citra positif institusi, meningkatkan literasi digital masyarakat, dan menghentikan penyebaran hoaks secara persuasif dan edukatif.

Proses kerja tim kreatif mencakup penulisan narasi, perancangan desain grafis, penyusunan *caption*, dan penyesuaian visual dengan standar lembaga. Tim kreatif harus mampu menyeimbangkan antara kecepatan produksi dan kualitas penyajian visual, sekaligus memahami konteks sosial dan psikologis audiens agar pesan tersampaikan secara tepat sasaran. Mereka memilih format yang efektif, seperti infografis, untuk menyajikan informasi kompleks secara ringkas dan jelas. Selain aspek estetika, tim kreatif juga memahami klasifikasi hoaks dan strategi penyebarannya, sehingga setiap konten yang dibuat relevan, kontekstual, dan mampu mendidik publik secara efektif.

Tahapan akhir sebelum publikasi meliputi evaluasi internal dan koreksi konten oleh tim kreatif serta persetujuan pimpinan, memastikan kesesuaian narasi, visual, dan substansi pesan. Menurut salah satu anggota tim kreatif, mekanisme evaluasi berkelanjutan ini menjaga kualitas, integritas, dan kredibilitas informasi. Sistem kerja terstruktur ini menunjukkan bahwa pembuatan konten klarifikasi bukan hanya soal desain, tetapi juga memadukan aspek artistik, teknis, dan strategis, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara akurat dan bertanggung jawab oleh publik, mendukung keberhasilan strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat dalam menangani hoaks di media sosial.

Pengunggahan Konten Klarifikasi ke Media Sosial

Tahapan terakhir dalam strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat setelah konten klarifikasi diproduksi oleh tim kreatif adalah publikasi dan penyebaran konten ke berbagai media sosial, yang menjadi tanggung jawab Urusan Diseminasi Digital (Ur Disindig) Subbidang Multimedia. Menurut salah satu anggota Ur Disindig, unit ini tidak hanya bertugas mengunggah konten, tetapi juga memastikan pesan tersampaikan secara efektif melalui pemilihan waktu unggah yang tepat, pengelolaan *caption* dan tagar, serta interaksi dengan publik. Peran ini menjadi krusial untuk meredam penyebaran

hoaks sekaligus memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat menjangkau audiens secara luas dan tepat sasaran.

Selain media eksternal seperti Instagram dan platform digital lainnya, Ur Disindig juga menyebarkan konten melalui saluran internal institusi, termasuk Tribrata News. Hal ini memastikan pesan klarifikasi diterima secara merata oleh masyarakat dan personel internal, menjaga konsistensi narasi dan keseragaman pemahaman. Menurut salah satu anggota Ur Disindig, koordinasi langsung dengan tim kreatif menjadi penting untuk menyesuaikan format, bahasa visual, dan pesan inti, sehingga potensi miskomunikasi atau kesalahan teknis dapat diminimalkan sebelum publikasi.

Ur Disindig juga menjalankan fungsi sebagai filter terakhir untuk memastikan kualitas dan kelengkapan konten sebelum dipublikasikan. Unit ini memeriksa isi, struktur narasi, dan elemen visual agar sesuai dengan standar institusi dan tidak menimbulkan salah tafsir. Semua proses dijalankan berdasarkan SOP Subbid Multimedia, yang menekankan kolaborasi antarunit, koordinasi yang rapi, dan tanggung jawab kolektif. Dengan demikian, Ur Disindig berperan sebagai ujung tombak penyebaran informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya, sekaligus menjaga kredibilitas institusi dan negara dalam menghadapi penyebaran berita hoaks di media sosial.

Implementasi Strategi Komunikasi Humas Polda Jawa Barat dalam Menangani Berita Hoaks di Media Sosial Instagram

Pelaksanaan strategi lebih banyak dilakukan secara reaktif dan preventif. Ketika hoaks muncul, konten klarifikasi langsung diproduksi dan dipublikasikan. Namun di sisi lain, strategi preventif juga dilaksanakan melalui penyebaran konten positif yang intensif, dengan harapan dapat memenuhi ruang digital agar berita negatif tidak mendominasi. Implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat dalam menangani berita hoaks di media sosial, khususnya Instagram, melibatkan kerja lintas unit di bawah koordinasi Subbid Multimedia. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama yang melibatkan Ur Pamanalis (Patroli Siber), Tim Kreatif, dan Ur Disindig (Diseminasi Digital).



Gambar 1 Kabid Humas Melakukan *Monitoring* Kinerja Tim Multimedia

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Peran koordinatif Kabid Humas juga terlihat melalui pemantauan langsung terhadap kinerja tim multimedia untuk memastikan strategi komunikasi berjalan sesuai arahan dan target. Dokumentasi pada gambar tersebut memperlihatkan Kabid Humas Polda Jawa Barat sedang memantau pekerjaan tim multimedia di ruang kerja mereka. Hal ini menunjukkan komitmen pimpinan dalam memastikan setiap tahapan implementasi strategi komunikasi berjalan efektif dan tepat waktu.

Klasifikasi Jenis Hoaks yang Ditangani Humas Polda Jawa Barat di Instagram

Humas Polda Jawa Barat dalam menjalankan strategi komunikasi digitalnya menghadapi berbagai jenis hoaks yang beredar di media sosial, khususnya Instagram. Untuk menangani isu ini secara efektif, unit kehumasan membedakan hoaks berdasarkan karakteristik dan metode penyebarannya, sehingga setiap jenis dapat ditangani dengan pendekatan yang tepat. Klasifikasi ini membantu tim kreatif dan Urusan Diseminasi Digital dalam menyusun konten klarifikasi yang sesuai, baik dari sisi visual, narasi, maupun platform distribusinya.

Dengan adanya klasifikasi tersebut, Humas Polda Jawa Barat dapat merancang strategi komunikasi yang lebih terarah dan tidak bersifat generalis. Misalnya, hoaks yang bersifat provokatif ditangani dengan konten klarifikasi berbasis data faktual dan infografis yang mudah dipahami, sedangkan hoaks yang memanfaatkan isu emosional masyarakat direspons dengan narasi humanis yang menekankan empati dan edukasi. Pendekatan diferensiatif ini tidak hanya meningkatkan efektivitas pesan klarifikasi, tetapi juga membantu membangun kredibilitas institusi sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya di tengah derasnya arus disinformasi digital.



Gambar 2 Jenis-jenis Hoaks

Sumber: Instagram, 2025

a. False Content

False content merupakan jenis hoaks yang menyajikan informasi yang sebagian besar isinya salah meskipun tampak meyakinkan. Dalam konteks ini, berita yang disebarkan sengaja dibuat tidak sesuai fakta sebenarnya dengan cara mengubah sebagian detail atau menyisipkan informasi yang keliru. Humas Polda Jawa Barat secara aktif melakukan klarifikasi terhadap kasus-kasus *false content* yang menyudutkan institusi kepolisian ataupun memicu keresahan masyarakat. Klarifikasi dilakukan dengan menyajikan bukti faktual yang meluruskan informasi, disertai data yang dapat diverifikasi. Tim kreatif merancang konten berupa poster digital yang menegaskan bahwa berita yang beredar adalah hoaks,

serta menambahkan stempel “HOAKS” dengan warna mencolok agar publik mudah mengenalinya. Konten klarifikasi ini juga dilengkapi dengan penjelasan singkat mengenai fakta yang sebenarnya untuk meminimalkan kesalahpahaman.

b. *Imposter Content*

Imposter content adalah jenis hoaks yang menyalahgunakan identitas institusi resmi atau tokoh publik untuk menyebarkan informasi palsu. Biasanya, akun palsu dibuat menyerupai akun resmi suatu lembaga, kemudian memposting informasi yang menyesatkan atau bahkan memprovokasi. Humas kemudian merespons dengan cepat, melaporkan akun palsu tersebut, serta membuat klarifikasi melalui akun resmi mereka. Mereka mengimbau masyarakat untuk selalu mengecek keaslian akun sebelum mempercayai informasi yang diterima.

c. *Fabricated Content*

Fabricated content adalah jenis hoaks yang sepenuhnya direayasa tanpa memiliki dasar fakta sama sekali. Konten ini diciptakan dari nol, seringkali dengan tujuan untuk menjatuhkan reputasi pihak tertentu atau untuk menyebarkan kebencian. Di media sosial, *fabricated content* sangat mudah menyebar karena dikemas secara menarik meski tanpa bukti nyata. Dalam menanggapi kasus ini, Humas tidak hanya mengklarifikasi melalui unggahan di Instagram, tetapi juga berkoordinasi dengan media massa untuk memastikan informasi benar-benar diluruskan ke publik luas.

d. *Misleading Content*

Misleading content merupakan informasi yang menyesatkan karena konteksnya sengaja diubah atau dipelintir. Biasanya, peristiwa nyata dipresentasikan secara parsial atau di luar konteks aslinya, sehingga memunculkan pemahaman yang salah di kalangan masyarakat. Konten semacam ini seringkali dimanfaatkan untuk memicu perdebatan publik atau merusak citra pihak tertentu. Humas Polda Jawa Barat mendapati banyak kasus *misleading content* terkait pernyataan pejabat Polri, hasil operasi kepolisian, hingga penanganan kasus kriminal. Klarifikasi dilakukan dengan menjelaskan konteks sebenarnya dari peristiwa yang diberitakan, serta menunjukkan bukti pendukung. Tim kreatif menyusun konten yang lugas, menggunakan infografis dan video singkat untuk membantu masyarakat memahami konteks secara utuh.

e. *Manipulative Content*

Manipulative content adalah jenis hoaks yang memadukan unsur fakta dengan manipulasi tertentu, baik melalui pengeditan visual maupun penyisipan narasi yang menyesatkan. Konten ini seringkali sulit dikenali karena sebagian informasinya memang benar, tetapi sudah diubah secara halus untuk menggiring opini publik secara keliru. Dalam menangani *manipulative content*, Humas Polda Jawa Barat memastikan bahwa klarifikasi dilakukan secara detail, menunjukkan bagian mana dari informasi yang benar dan mana yang telah dimanipulasi. Mereka juga menyajikan perbandingan gambar atau data asli dengan versi yang telah dimanipulasi, sehingga masyarakat bisa melihat dengan jelas perbedaannya.

f. *False Connection*

False connection adalah jenis hoaks yang mengaitkan judul, gambar, atau cuplikan video dengan konten yang sebenarnya tidak sesuai. Biasanya digunakan untuk menarik perhatian publik (*clickbait*) namun isinya berbeda dengan yang ditampilkan. Hoaks semacam ini seringkali memicu kesalahpahaman dan menyebarkan informasi yang keliru. Humas Polda Jawa Barat menanggapi kasus *false connection* dengan mengungkap keterkaitan sebenarnya antara judul, foto, atau video dengan isi kontennya. Mereka menyusun klarifikasi yang menunjukkan secara langsung ketidaksesuaian tersebut, disertai dengan kutipan resmi dari sumber yang benar. Langkah ini penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian di tengah banjir informasi digital.

g. *Satire/Parody Content*

Satire atau *parody content* merupakan jenis hoaks yang berbentuk sindiran, lelucon, atau parodi yang menyamarkan diri sebagai informasi serius. Tujuan dari satire biasanya bukan untuk menipu secara sengaja melainkan untuk menghibur atau menyindir fenomena tertentu. Namun, karena penyajiannya mirip dengan berita serius dan kurangnya literasi media di masyarakat, konten ini kadang dianggap benar dan menyebar seperti halnya hoaks pada umumnya. Hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman dan bahkan merugikan pihak-pihak tertentu. Misalnya, unggahan meme yang menyindir aturan lalu lintas dianggap sebagai pernyataan resmi kepolisian, padahal hanya dibuat oleh akun meme biasa. Humas kemudian meluruskan isu tersebut dengan cara menegaskan bahwa unggahan tersebut bukan berasal dari pihak kepolisian dan hanya merupakan konten *satire* yang tidak mencerminkan kebijakan resmi.

Tantangan yang dihadapi oleh Humas Polda Jawa Barat dalam Menghadapi Berita Hoaks di Media Sosial Instagram

Dalam menjalankan strategi komunikasi untuk menangani penyebaran berita hoaks di media sosial, Humas Polda Jawa Barat tidak lepas dari berbagai tantangan. Meskipun secara sistem dan alur kerja sudah terorganisir, terdapat hambatan internal maupun eksternal yang dihadapi dalam praktiknya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa meskipun hambatan dalam implementasi strategi komunikasi tidak selalu terlihat secara langsung, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) tetap menjadi salah satu tantangan utama dalam pengelolaan konten digital. Banyak personel yang ditempatkan di bagian Humas, termasuk mereka yang bertugas di lini kreatif dan pengelola media sosial, berasal dari latar belakang pendidikan umum yang tidak secara khusus membekali mereka dengan keterampilan di bidang teknologi informasi, desain komunikasi visual, maupun strategi komunikasi digital. Kondisi ini menyebabkan proses adaptasi terhadap perkembangan media digital harus dilakukan secara perlahan, melalui pembelajaran mandiri dan praktik langsung di lapangan. Namun demikian, kondisi ini juga memperlihatkan adanya komitmen tinggi dari personel humas untuk menyesuaikan diri dengan dinamika digital. Meskipun bekerja tanpa peta yang lengkap, mereka tetap berupaya untuk “membiasakan diri” dengan tugas-tugas baru yang dulunya dianggap asing.

Selain keterbatasan sumber daya manusia, implementasi strategi komunikasi digital Humas Polda Jawa Barat juga menghadapi kendala signifikan terkait sarana dan prasarana. Ketersediaan perangkat kerja yang memadai seperti komputer dengan spesifikasi desain, *software* pengolah grafis, serta koneksi internet yang stabil menjadi hal mutlak dalam proses produksi konten klarifikasi hoaks. Keterbatasan alat kerja berdampak langsung pada efisiensi dan kecepatan penanganan, terutama dalam memanfaatkan *golden time* tiga jam sejak hoaks muncul untuk melakukan klarifikasi.

Selain kendala internal, tim Humas juga harus menghadapi tekanan eksternal berupa interaksi negatif dari buzzer atau akun anonim serta potensi penyebaran hoaks oleh pelajar atau mahasiswa. Dalam menghadapi situasi ini, Humas Polda Jawa Barat menekankan penggunaan data dan fakta sebagai strategi utama, sambil tetap mengedepankan pendekatan edukatif dan persuasif dalam kasus tertentu untuk menjaga masa depan generasi muda. Tekanan waktu, keterbatasan SDM dan sarana, serta dinamika sosial di ruang digital menuntut koordinasi yang sistematis, ketepatan strategi, dan ketahanan mental bagi personel. Dengan pengelolaan yang cermat, Humas dapat memastikan efektivitas penanganan hoaks sekaligus membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang cepat, akurat, dan bertanggung jawab.

Evaluasi yang dilakukan Humas Polda Jawa Barat dalam Menangani Berita Hoaks di Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data, strategi komunikasi yang diterapkan dalam menangani berita hoaks di Instagram cukup efektif meskipun masih terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan ke depan.

- a. Efektivitas Strategi yang Diterapkan

Humas Polda Jawa Barat melakukan pemantauan intensif terhadap konten yang berpotensi hoaks setiap hari. Setelah mendeteksi informasi yang meragukan, tim melakukan verifikasi fakta melalui koordinasi internal maupun lintas divisi. Klarifikasi kemudian dipublikasikan melalui akun resmi Instagram menggunakan format visual yang mudah dipahami, seperti infografis, unggahan carousel, atau video singkat. Kecepatan publikasi menjadi hal krusial karena klarifikasi dilakukan dalam hitungan jam untuk menekan penyebaran hoaks. Selain itu, Humas juga rutin mengunggah konten edukasi literasi digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara membedakan informasi valid dan hoaks.

b. Kekuatan Strategi

Kekuatan utama strategi ini terletak pada prosedur kerja yang jelas dan terstruktur dari deteksi, verifikasi, klarifikasi, hingga edukasi. Pemanfaatan fitur Instagram seperti feed, story, dan live memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan beragam. Selain itu, koordinasi internal antarbagian memastikan proses klarifikasi berjalan lancar meskipun beban kerja tinggi, sehingga strategi ini tetap konsisten dan efektif.

c. Kendala yang Dihadapi

Beberapa kendala masih menghambat optimalisasi strategi, antara lain cakupan platform yang terbatas pada Instagram, keterbatasan personel yang membuat beban kerja tinggi, belum adanya pengukuran kuantitatif untuk menilai dampak strategi secara objektif, serta jangkauan edukasi yang terbatas hanya pada pengikut akun resmi. Kendala-kendala ini menjadi fokus perbaikan agar strategi dapat lebih efektif dan menyeluruh.

d. Evaluasi Keseluruhan

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat cukup efektif dalam menekan penyebaran hoaks di Instagram. Kecepatan respon, prosedur terstruktur, dan pemanfaatan fitur media sosial menjadi kekuatan utama. Untuk pengembangan ke depan, perlu diperluas ke platform lain, menambah personel dan pelatihan, mengembangkan sistem evaluasi berbasis data, serta memperluas edukasi literasi digital melalui kolaborasi dengan komunitas, sekolah, dan *influencer*.

Dengan perbaikan pada poin-poin tersebut, diharapkan strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat tidak hanya mampu menanggulangi hoaks secara reaktif, tetapi juga secara proaktif membangun kesadaran publik agar lebih kritis terhadap informasi yang beredar di media sosial.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat dalam menangani penyebaran berita hoaks di Instagram menunjukkan serangkaian langkah yang terstruktur dan adaptif terhadap dinamika media sosial. Analisis data wawancara, dokumentasi, dan observasi memperlihatkan bagaimana institusi ini merespons tantangan disinformasi dengan memadukan prosedur operasional, teknik komunikasi digital, serta upaya edukatif kepada publik. Strategi komunikasi yang diterapkan mengacu pada teori model komunikasi untuk pencitraan yang terdiri dari enam tahapan, yaitu masalah lembaga, masalah komunikasi, penetapan strategi komunikasi, perencanaan operasional, pelaksanaan, dan evaluasi.

a. Masalah Lembaga : Penyebaran hoaks yang menyudutkan kepolisian dapat menurunkan kepercayaan publik dan memengaruhi legitimasi institusi, sehingga menjaga citra dan reputasi menjadi prioritas utama.

b. Masalah Komunikasi : Informasi resmi sering kalah cepat dan kurang menarik dibanding konten hoaks, ditambah gaya komunikasi formal yang kurang sesuai dengan audiens muda, sehingga pesan tidak selalu tersampaikan efektif.

c. Penetapan Strategi Komunikasi : Humas mempercepat respons melalui tim khusus, menggunakan gaya komunikasi humanis dan menarik, serta melibatkan influencer dan komunitas digital untuk memperluas jangkauan pesan klarifikasi.

- d. Perencanaan Operasional : Perencanaan mencakup penjadwalan unggahan, produksi konten visual dan edukatif, serta pembentukan tim monitoring untuk memastikan kecepatan, konsistensi, dan kesiapan merespons hoaks secara *real-time*.
- e. Pelaksanaan : Konten klarifikasi dipublikasikan di Instagram, interaksi dengan publik dilakukan melalui komentar dan sesi live, serta didukung kegiatan offline seperti penyuluhan dan penyebaran flyer digital.
- f. Evaluasi : Evaluasi dilakukan melalui analisis keterlibatan digital, survei persepsi masyarakat, dan refleksi internal tim untuk memperbaiki SOP komunikasi krisis, sehingga strategi tetap efektif dan adaptif terhadap perkembangan informasi.

SIMPULAN

Strategi komunikasi Humas Polda Jawa Barat dalam menangani berita hoaks di Instagram dilakukan secara sistematis mulai dari identifikasi isu, analisis konten, hingga perancangan pesan klarifikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens dan platform. Instagram dipilih sebagai kanal utama karena jangkauannya yang luas dan fitur interaktifnya, seperti feed, story, dan live. Pesan klarifikasi dirancang dengan bahasa yang mudah dipahami, visual menarik, serta memadukan edukasi hukum dan literasi digital. Pelibatan publik juga dilakukan melalui kolom komentar, fitur story, dan sesi live, sehingga komunikasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi membangun keterlibatan aktif masyarakat dalam memerangi hoaks.

Dalam pelaksanaannya, Humas menghadapi tantangan seperti kecepatan penyebaran informasi palsu yang lebih tinggi dibanding klarifikasi resmi, keterbatasan SDM dan sarana teknis, algoritma Instagram yang lebih memprioritaskan konten viral, serta rendahnya literasi digital masyarakat. Meskipun demikian, efektivitas strategi terlihat dari prosedur kerja yang terstruktur, pemanfaatan fitur Instagram yang optimal, dan kecepatan respon yang membantu menekan penyebaran hoaks. Kendala yang tersisa antara lain cakupan platform yang terbatas, jumlah personel yang minim, belum adanya pengukuran kuantitatif, serta jangkauan edukasi yang masih terbatas, sehingga diperlukan penguatan di berbagai aspek untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Artianasari, N., & Qadaruddin, M. (2019). Strategi Komunikasi Polres Menangani Hoax di Media Sosial melalui CPR. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(3), 102–112.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram itu apa sih?* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bahri, S. (2021). *Literasi Digital dan Pencegahan Hoaks di Era Media Sosial*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dewi, F. A. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Pembentukan Citra Institusi*. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 43–51.
- Endri, E. P., Rahayu, M., & Toruan, R. R. M. (2018). *Public Relations Strategy in Responding to Hoax*. *Komunikasi Digital*.
- Fadeluna. (2024). *Strategi Komunikasi Humas PT PLN (Persero) Sulselrabar Dalam Meningkatkan Informasi Pelayanan Pada Akun Instagram*. Skripsi, Universitas Hasanuddin.
- Hamzah, A., & Putri, R. N. (2020). *Pengaruh Penyebaran Berita Hoaks terhadap Opini Publik*. *Jurnal Kominfo Indonesia*.

- Hilmy Aziz, M. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Menangani Pemberitaan Hoax Di Media Sosial*. Tesis, Universitas Airlangga.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. UNESCO Publishing.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Peran Humas dalam Penanganan Hoaks di Media Sosial*. Jakarta: Kominfo.
- Muhammad, H. (2018). Komunikasi Krisis dan Manajemen Isu. *Jurnal Strategi Komunikasi*.
- Nining, A., & Qadaruddin, M. (2019). *Strategi Komunikasi Polres Menangani Hoaks di Media Sosial melalui CPR*. Jurnal Komunikasi Media.
- Pellegrini dalam Simarmata, Y. (2019). *Hoaks dalam Media Sosial: Aspek Sosial dan Etika Informasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Putri, A. D., et al. (2021). Pengaruh Fitur Instagram terhadap Penyebaran Informasi di Kalangan Remaja.
- Rasywir, N., & Purwarianti, A. (2015). *Deteksi dan klasifikasi berita hoaks*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi, 1–6.
- Sari, D. R. (2021). *Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Aceh Dalam Publikasi Informasi Covid-19*. Skripsi, Universitas Syiah Kuala.
- Simarmata, Y. (2019). *Hoaks dan Disinformasi dalam Era Post-Truth*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, F. (2022). *Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Menangani Krisis Informasi di Media Sosial*. Jurnal Kominfo dan Masyarakat.
- Zainuddin, A. (2023). *Komunikasi Pemerintah dalam Era Digital*. Jurnal Komunikasi Pemerintahan.